短视频媒介环境下老年人的信息分享行为研究

——基于情绪视角*

王　蔚　祝雨倩　方罗缘
（浙大宁波理工学院，宁波　315100）

摘　要：［目的/意义］揭示老年人在分享不同情感体验信息时所具有的深层心理动机，在心理机制和情绪体验层面深化视频图像时代对中国老年人信息分享行为的本土研究。［方法/过程］通过线上非参与式观察（5个微信家族群）和深度访谈（16名老年人）的质性研究，以信息－情绪－行为为分析逻辑，归纳老年人信息分享过程中的情绪体验及行为逻辑。［结果/结论］老年人偏向于分享积极情绪体验的信息，体现为对代际亲情、怀旧情结和家国情怀的珍视，社会情绪选择理论对其信息分享行为具有一定的解释力；但与该理论形成挑战的是，老年人并非全然回避带有负向情绪体验的信息，而是在分享行为中采用迂回策略来分享情感、表达观点，以达到缓解个体认知失调的目的，或引领中华优秀传统文化价值观的目的；此外，老年人也会分享低度唤醒的日常生活信息，尤其是分享健康养生信息成为老年人线上交往的中介。

关键词：短视频　信息分享行为　老年人　情绪
分类号：G206
DOI：10.31193/SSAP.J.ISSN.2096-6695.2023.04.06

0 引　言

随着所谓“图像转向”以及社交方式“读图时代”的到来，短视频成为老年人叩开数字时代大门、开启数字生活的捷径。据中国人民大学人口与发展研究中心与抖音联合发布的《中老年人

＊本文系2023年度浙江省哲学社会科学规划年度课题“新媒体使用对老年人精神生活质量的影响研究”（项目编号：23NDJC345YB）和浙江省社科规划课题“浙江省完善‘一老一小’健康服务体系及实现路径研究”的研究成果之一。
［作者简介］王蔚（ORCID：0009-0008-4970-3213），女，副教授，研究方向为健康传播，Email：65291048@qq.com；祝雨倩（ORCID：0009-0002-3360-5607），女，本科生，研究方向为信息行为，Email：1436643705@qq.com；方罗缘（ORCID：0009-0008-4660-341X），女，本科生，研究方向为健康传播，Email：1052737326@qq.com。

短视频使用情况调查报告》显示，抖音等短视频应用，为当代老年人获取知识、社交娱乐、展示自我提供了新工具[1]。另据数据监测机构发布的《2021 微信视频号生态洞察报告》显示，视频号在银发族领域迸发出新的活力，情感语录类、人生感悟类内容在中老年群体中传播和分享最为迅速[2]。因此，在短视频媒介环境下，老年人信息分享行为的促动因素和心理机制值得被关注。

情绪既是用户在信息消费中所产生的心理波动，又是促使用户进一步分享信息的因素[3]。然而，目前从情绪视角探讨信息分享行为的研究并未被深入探讨。就老年群体而言，目前关于该群体的信息分享行为研究，主要关注信息分享行为的类型、特点和影响因素，但更多局限在健康信息领域[4]，且对视频图像时代这一媒介环境考察不足。就信息特征层面的信息分享行为影响因素，主要考察信息质量（有用性）、对信息的信任程度（可靠性）等[5]，而对信息的情绪性特征探究也存在不足。

因此，本文基于情绪视角，以微信视频号为例，通过深度访谈和线上非参与式观察相结合的研究方法，验证社会情绪选择理论对老年人信息分享行为的解释力，在此基础上进一步揭示老年人在分享不同情绪（情绪效价、情绪唤醒）信息时所具有的深层次心理动机，考察视频图像时代老年人信息分享行为的情绪体验及心理机制。在心理机制和情绪体验层面深化视频图像时代中国老年人信息分享行为的本土研究，在一定程度上是对西方社会情绪选择理论的丰富和补充，同时，也为数字社会，尤其是视频图像时代，对我国老年人深入数字生活实践、提升信息素养和精神生活质量提供一定的启发。

1　文献回顾

1.1　老年人信息分享行为研究

由于信息技术的快速发展，浏览他人分享的信息已经成为用户获取和利用信息的主要方式[6]，信息分享行为也成为数字化时代普通大众的重要生活方式[7]。

针对特定群体的信息分享行为研究，现有研究主要以青年学生为主[8]，也有少量学者开始关注老年群体的信息分享行为。这类研究中以老年人最为频繁使用的社交软件——微信居多，且以老年人较为关注的健康信息内容为多，重点集中在健康信息的分享行为研究。如，有学者基于社会交换理论和使用与满足理论，从成本（认知成本、操作成本）和收益（娱乐需求、自我表达、利他需求等）角度考察老年人的微信信息分享行为，发现利他需求最为显著地影响其分享行为，操作成本负向影响该行为[9]。有学者从“社会文化”这一本土化视角，考察微信平台老年人健康信息分享行为的方式和影响因素，认为社会取向中的权威取向和关系取向会显著影响老年群体在微信中的健康信息分享行为[10]。另有学者考察老年人在微信平台分享健康信息的类型、动机与反馈，认为存在着信息诉求和关系诉求的多种分享动机[11]。鉴于老年群体身心发展的特殊性，无论从传播学的经典受众研究传统出发，还是就信息行为领域对特殊群体的关照而言，老年群体的信息分享行为研究都值得被进一步关注。

1.2　情绪与信息分享行为研究

在情感社会学领域，情绪和行为发生了关联。霍曼斯的行为主义理论认为当人们的行为受到

奖赏时体验积极情感，反之则体验到消极情感[12]。在情绪心理学领域，学者们也关注情绪和行为研究，重点研究包括关于情绪和行为先后顺序的问题，攻击行为、趋避行为的情绪基础，以及情绪感染和社会风尚、群体性事件、网络舆情等群体行为的关系等[13]。

具体到信息行为领域，个体是否分享以及分享哪些信息，会受到“情绪”这一心理反应的影响[14]。情绪和信息分享行为有很大相关性，一方面，情绪可以作为一种信息线索直接影响个体的决策判断[15]，有研究证实包含情绪的新闻信息比不包含情绪的新闻信息更容易被转发[16]，带有情绪色彩的微博更容易得到转发和分享[17]；另一方面，情绪在信息分享过程中还具有中介作用，情绪唤起是信息广泛传播的中介因素[18]，个体情绪唤起的程度越高，信息分享行为越可能发生[19]，高唤起的微博信息，携带积极情绪的信息相比于消极情绪更容易被转发和评论[17, 20]；此外，除了情绪唤起之外，情绪效价也可能对信息分享行为产生影响[21]，如，心理学的“负向偏向理论”一说，即认为负面信息会优先被注意和加工，给个体留下更为深刻的认知和记忆，使个体产生更强的情绪反应，因而在时间和空间上具有更强的传播性[22]，负面情绪更容易在微博平台上被广泛传播[23]。然而，目前从情绪视角探讨老年群体的信息分享行为并未被深入探讨。

1.3 社会情绪选择理论

与老年群体情绪研究相关的一个经典理论是社会情绪选择理论。该理论由 Laural Carstensen 提出，认为时间知觉是人们追求社会目标的依据所在：随着年龄的增长，个体知觉时间有限，情绪目标变得比知识目标更为重要而成为基本追求[24]。因此，老年人不仅偏爱情绪材料，而且对材料的情绪效价偏向是选择性的，即相比于消极材料而更偏向于积极材料[25]，为的是减少决策过程中的消极情绪，以增加情感上的满足[26]。此外，老年人的积极情绪偏差可能导致其在跨期决策过程中对积极信息更加偏爱，从而影响其信息加工过程[27]。

目前，社会情绪选择理论的两大应用领域主要包括社会交往的选择和社会情绪管理策略[28]，但在信息行为领域，尤其在老年人信息行为研究中应用不足。

综上所述，目前有关老年人信息分享行为的研究，主要关注信息分享行为的类型、特点和影响因素，但更多局限在健康信息领域，且对视频图像时代这一媒介环境考察不足。就信息特征层面的影响因素，主要考察信息质量（有用性）以及对信息的信任程度（可靠性）等，而对信息的情绪性特征探究不足。老年群体的特殊情绪是否会对其信息分享行为产生影响，将会产生怎样的影响，诸如此类的研究值得被关注。因此，本文以微信视频号为例考察老年人的信息分享行为，旨在进一步探究如下两个问题：第一，社会情绪选择理论作为老年人情绪研究的重要理论，对其信息分享行为具有怎样的解释力；第二，基于情绪视角，老年人偏爱分享什么类型的视频号内容，这些分享行为背后又体现了怎样的情绪体验和心理机制。

2 研究设计

微信和短视频在我国老年人融入数字社会进程中具有特殊意义。微信简单易用，在众多新媒体应用中脱颖而出，成为我国老年人“触网”并实现数字突围的重要路径[29]。微信旗下的视频号自 2020 年 1 月诞生以来，产品功能快速迭代更新，视频号内容以图片和视频为主，且放置于

微信的发现页内，朋友圈入口的下方，对现有的庞大微信用户群而言，具有天然的便利性和吸引力。老年用户是其中的重要群体。鉴于微信视频号中的内容和形式与老年群体的适宜性，以及在微信家族群中老年人分享视频号行为的普遍性，本文以微信视频号为例，考察视频图像时代老年人的信息分享行为。

考虑到采访对象年龄普遍较大，如采用问卷调查法，对普通老年人而言需要费时费力地阅读、理解问卷题目含义，不太容易被他们接受。因此，本文采用质性研究方法，置身于研究对象的特殊情境，便于更好了解老年人的行为和“鲜活”经历，理解他们对其经历所生成的特殊意义[30]。

2.1　访谈对象

本研究主要采用线上非参与式观察和深度访谈法。首先，对研究组成员各自微信家族群中的 60 周岁以上老年人进行非参与式的线上观察，从 2022 年 2 月 ~6 月，持续时间 16 周，主要考察了 5 个微信家族群中老年人所转发的视频号内容及其隐含的主要情绪。之后，对微信家族群中 10 名老年人进行深度访谈，访谈时间集中在 2022 年 6 月 ~10 月，因受新型冠状病毒肺炎疫情影响，面对面访谈条件受阻，因此本研究主要以线上访谈为主，每位访谈者的平均被访时长在 30 分钟以上。为避免研究者和被访者因相互熟悉而导致的信息遗漏或隐瞒，研究采取一对一交叉访谈的形式，以保证访谈的严谨性与科学性，同时，研究者持续反思自身在研究中的角色定位。

此后，按照“理论饱和”的一般操作程序[31]，以资料中初步生成的理论作为进一步抽样的标准，笔者又通过滚雪球抽样方法，以线下面对面的方式继续访谈了 6 名老年人进行理论饱和度检验。这 6 名被访者都具有关注微信视频号和使用抖音的行为习惯，并具有经常性地信息转发和分享行为。线下面对面访谈的平均时间为 1 小时左右。访谈之后未发现新的范畴，即达到了“当搜集的新鲜数据不再能产生新的理论见解，也不再能揭示核心范畴新的属性”的要求[32]。因此，可认为本研究已达到了理论饱和的要求。

2.2　访谈内容

深度访谈的提纲主要包含三大部分：第一，老年人关注并分享什么类型的视频内容，这部分访谈内容和线上非参与观察进行对照，核实老年人转发和分享的主要信息类型；第二，观看这些视频时都有哪些情绪唤起，有怎样的情绪体验，这部分内容旨在考察情绪作为中介，可能对信息分享行为产生的影响；第三，分享这些视频的主要动机和用意，期望得到怎样的情感反馈，获得怎样的分享效果，这部分内容重在阐释老年人分享信息行为背后的目的和动机。在征得 16 名被访者口头同意的基础上，对访谈过程进行了录音，访谈结束后随即开展文字资料的整理工作。

3　研究发现

本文通过扎根理论的数据编码方式，将原始材料不断范畴化（编码过程范例见表 1），进一步深入探究老年人信息分享行为过程中具体的情绪体验和心理机制，主要研究发现如下。

表 1　主轴编码范畴

核心范畴	主范畴	子范畴	子范畴内涵	原始记录
信息类型	代际亲情	孙辈照料	照料孙辈信息	养育男孩，越贴近这三个字，孩子越优秀
		亲子关系	亲代和子代相处	婆婆看见儿媳做家务，训了儿子三句话
	爱国情怀	祖国风光	自然人文风光	3 分钟，带你领略祖国大好河山
		时事评议	社会热点	一起回顾北京冬奥会的 109 个夺金瞬间
	怀旧倾向	个体怀旧	个体过往经历	抗美援朝战争
		集体怀旧	集体记忆	借米度日的日子
	负面信息	政治丑闻	政治负面信息	中央防腐数据
		社会丑闻	社会负面信息	售楼部黑幕
		道德丑闻	道德伦理负面信息	养老院丑闻
	日常信息	日常资讯	天气、出行、节日等	今天中秋节，送上最美祝福
	养生实践	健康养生	饮食、锻炼、睡眠等	养生汤制作
情绪体验	正向情绪	喜乐之情	快乐、高兴	看着很开心
		自豪振奋	振奋、豪迈	祖国很伟大
	负向情绪	怒其不争	生气、愤怒	感觉很来气
分享行为	分享情感	情绪调节	一致情感认同	一点都不自觉，也发给大家看看
	分享观点	观点表达	价值观表达	趁老人还在，要尽尽孝心

3.1　正向情感的体验与共情

情绪种类繁多，按效价可以划分为积极情绪和消极情绪。其中积极情绪是指个体受到人的行为或环境氛围影响所产生的愉悦的主观体验，进而会对个体积极行为产生影响。

3.1.1　代际亲情

本研究发现，老年人所分享的视频很大一部分是关于家庭温情等内容，尤其是关于“呵护年幼孙子女”的内容。重视血缘关系和家族延续使老年人十分关注自身对儿孙的责任［33］，照料孙辈成为当代中国老年人主流的晚年生活方式之一。一方面，老年人成为带娃主力军，“带娃”体现出老年人自身“老有所用”的价值感，同时，对同样具有“带娃经历”的老年人来说，孙辈话题有助于在老年人之间建立共同的盟友感；另一方面，鉴于亲代和子代之间的合作育儿模式，也使得“带娃话题”成为促使祖辈与成年子女进行代际互动的桥梁和纽带，有助于提升代际之间的合作感。又据研究显示，通过照料孙辈，老年人能得到更多的心理满足感和尽享天伦的亲情感，有利于提升老年人的生活满意度和主观幸福感［34-35］。

本研究中的受访者（S9）就经常分享有关养育宝宝主题的内容，并介绍到分享此类信息是因为“看小孩子唱唱跳跳觉得很可爱，看着很开心，也想让别人（同样带娃的我弟媳们）看看。”

受访者（S2）还喜欢转发关于“婆媳相处和睦”的视频号内容。“我特别喜欢看和儿媳和睦相处的内容，因为百善孝为先，作为儿媳妇一定要孝顺公婆。一家人虽然有时候会有点小矛盾，但是不能伤了和气，不管怎么样还是要孝顺第一位。”

在我国传统“家本位”的价值取向下，家庭关系质量成为影响老年人精神生活质量的重要因素。尤其在当下第三代承载着家庭希望，整个家庭资源普遍向下倾斜和流动的“下行式家庭主义”[36]的社会现实中，婆媳关系和谐，敬老孝顺美德仍是老年人对子代的期望，也是老年人人生价值感和圆满感的重要体现。

3.1.2 爱国情怀

本研究发现，老年人倾向于分享有关国家兴盛类的主题，比如关于祖国美好风光、国家时事政策、中华传统文化、疫情防控成果等内容。

受访者（S7）经常转发的视频包括祖国美好风光、国家（养老金）政策等内容，表示“看到祖国这么美丽的大好河山，就想分享给别人看看，觉得祖国很伟大，未来也想去祖国四处走走……看见养老金政策的调整我也很开心的，觉得我们国家很厉害，相信国家不会亏待我们的。”

受访者（S5）则经常转发冬奥会中国运动员获奖视频。“看冬奥会上滑雪运动员一个个超过其他国家，看着心里很激动，看到中国拿金牌很自豪、很高兴，心里觉得中国太棒了，想分享给别人一起开心一下……看到中国发射火箭把人送到太空上去，觉得中国越来越强大了，以前都不敢想象。感觉任何困难的事，中国都可以办成！”

“修身齐家治国平天下”，从自身、家、国推扩至天下，是中国传统社会结构、生活方式和文化价值的重要特征[37]。分享这些视频信息背后所折射的是老年人对祖国山河壮丽、繁荣富强的期许和自豪感，历经时代沧桑的老年人，以血缘为基础，以泛家族主义为根基，将对家庭、对集体的眷恋延展至对国家的热爱，承载了老年人本固邦宁、国家繁盛、民族自信的情怀。

3.1.3 怀旧倾向

怀旧，即有意或者无意地唤起自己过去经历的过程，包括回忆起特殊或普通的生活事件，且伴随着一种实景重现感。视频图像作为重要的媒介样态，通过对重大事件的实时报道，对历史事件的媒介再现[38]，以及在数字时代经由互联网对个体赋权而至的公民化书写[39]，发挥媒介记忆对个体怀旧的积极贡献。

受访者（S3）喜欢转发纪念正义战争的视频号内容。“我也很喜欢分享抗美援朝战争的内容，因为我父亲当时参加了这个战争，他们是中国最可爱的人！我希望年轻人不要忘记这段历史，要始终心有国家，心有历史。因为我父亲的参与，我很关注这些事情。”

“我看那个‘为了拉扯孩子，一直去借米’的视频感触很深，我们家以前的生活也是这样的，没有米了要去借，下个月再还上……想发到群里让大家看看，我们以前想吃饱饭都不容易。”（S7 受访者）

无论是个体对战争的记忆，还是家庭怀旧涉及对过往家庭生活的回忆，以及“我们以前也是这样过来的”“我们那代人共同听过的歌”（S13，S14 受访者），这种忆苦思甜式的缅怀，集体怀旧式的情感，往往具有储藏正向情感[40]、释放消极情感的功能，间接满足个体增加社会联系和对归属感的需求，具有提高积极自我认知、升华意义、增进幸福感的功效[41]。

3.2 负向情感的平衡与调适

与社会情绪选择理论和选择性注意理论相吻合，老年群体确实存在着倾向于分享包含积极情绪的信息。但与之相对的是，本研究发现，蕴含消极情感倾向和负向情感反应的视频内容在老年

人信息分享过程中也实属常见。

3.2.1 作为一种情绪调节策略

本研究发现，老年人会转发分享一些有关家庭纠纷（子女不孝）、食品安全问题（外卖制作环境恶劣）等视频内容。

“每次看到儿女不孝的视频我都很愤怒，会在下面评论，还要分享给大家看一下，让大家看看子女不能不孝顺的。”（S2 受访者）

“转发令人恶心的外卖制作环境，就是想让我们家里人都看看这些外卖多不干净，环境很不卫生，饭盒也是工业废弃的垃圾塑料，没有消毒……想要提醒大家在外面吃东西什么的都注意一点，尽量少吃外卖。”（S3 受访者）

“看到这个人一直不配合疫情防控工作人员的检查，感觉很来气，这个人怎么这个样子，一点都不自觉，也发给大家看看。”（S1 受访者）

“我在（转发的视频）下面偶尔还会问一下大家有没有什么看法，也会评论几句自己的看法。”（S1、S15 受访者）

由此可见，视频内容虽蕴含着令人生气、讨厌、气愤、愤怒等的心理消极情绪，但老年人仍会转发分享甚至还涉及高卷入度的评论行为。一方面这是老年人朴素价值观（惩恶扬善）的生动体现，另一方面老年人也渴望得到直接的情感反应，比如，“我也感觉非常生气”“真是无法理解这个事情”（S13、S14 等受访者）等等，这与情绪调节理论相吻合，即通过对消极情绪内容的分享和转发，达成一致的群体情感认同，以减少个体的认知失调，稳定个体情绪变化。

3.2.2 作为一种观点表达策略

除了转发蕴含消极情绪的视频内容，老年人还会分享一些关于负面信息的新闻，比如养老院丑闻、官员腐败、社会潜规则等内容。被访者 S2 曾转发养老院粗暴对待无子女老人的负面新闻，认为“这些没有子女的老人蛮可怜的，想让家人们都看看，体会一下百善孝为先，趁老人还在，要尽尽孝心，不要随意把他们送去养老院。”（S2 受访者）

“转发中央查出的反腐数据视频，是想表达对党和政府的支持，也让大家看看，千万不要触及党纪国法的红线，要恪守本分……贪污腐败严重影响了国家形象，影响了老百姓的工作积极性，有损共产党形象。国家严厉打击腐败，让我觉得政府肯担责任，肯干实事，我们的国家会越来越好的。”（S3 受访者）

由此可知，不同于以往的研究结论认为面对负向和消极情感，人们倾向于产生信息回避行为[42]，本研究发现，老年人也会转发分享负面情感倾向的视频内容，行为背后体现出一种迂回策略，即通过轻微的诉诸恐惧的方式（如官员腐败遭法律严惩），希望对家族成员起到一定的劝导或警示作用，通过案例说法等方式，最终目的在于引领爱国、敬业、尊老、诚信等中华优秀传统文化价值观，其出发点本质上仍是积极的。

3.3 低唤醒情绪的分享与情感联结

情绪的二维理论认为情绪包括愉悦维度（情绪效价），即愉快（如高兴）和不愉快（如悲哀）；唤醒维度（激活与否），即低唤醒状态（如安静）和高唤醒状态（如惊奇）[13]。除了上文对正负向情绪的情绪效价分析，本研究通过归类和范畴化，还发现了一种老年人常见的情绪低唤

醒状态的信息生活实践，如老年人的日常信息和养生实践。

3.3.1　日常信息

Savolainen[43]提出日常生活信息寻求（Everyday Life Information Seeking，ELIS）模型，认为除了在工作（职业）领域的信息寻求之外，研究者也不能忽略个体在日常生活中（非工作领域）的诸如家庭照护、购物、兴趣爱好等信息寻求行为。对于退出职业领域和工作舞台的老年人而言，其信息分享行为更多是一种日常生活信息分享行为。随着移动时代视频应用的普及，视频图像技术深度影响人们的日常生活，带来了一种所谓的“视频化生存方式”，即日常生活的媒介化[44]。本研究发现，新媒体中的视频内容丰富且拓宽了老年人获取日常生活信息的渠道，老年人热衷于分享食物制作、天气状况、健康养生等视频内容。

“我看着视频里这个菜做的很好，转发一下想让大家学学怎么做，我知道有很多人都喜欢烹饪的。自己也可以动手做一下，下次亲戚来了也可以给他们露一手。”（S3 受访者）老年人分享美食和天气视频时，不仅是让人知晓信息、学会制作，更是借此主动创造一种互相交流的环境，拉近人与人之间的距离，增加彼此的亲近感。

此外，老年人还会分享唱歌、广场舞等视频来达到情感交流的目的。“平时吃好饭，我们都会在外面逛逛，去跳广场舞的地方运动运动，看到这个新的广场舞我就想分享给姐妹们看看，好学一学，下次可以跳起来了。”（S2 受访者）

由此可知，视频图像日益嵌入老年人的日常生活，不仅成为老年人获取信息的重要渠道，也是其技能学习的重要场域，老年人还会将视频内容移植或践行至日常生活中[45]，成为其线下交流的中介和纽带。

3.3.2　养生实践

老年人日常生活中的一项重要主题即对健康养生的关注，老年人会大量转发分享健康养生等视频内容，以表达对身边人的关怀。转发之后如能在群里获得大部分成员的认同，则能体验到更多的满足、认同和奖赏等积极情感。

“他们很多看了我发的养生视频，现在会自己煮一点养生的汤喝喝了，钙片啊也都吃起来了，我们这个年纪就是要注重保养呀……看到他们跟我一起喝养生汤了就好了……烧酒（白酒）少喝喝，对自己的身体都负责起来了……肝很重要的，这个视频里写着‘经常吃一点保护肝，给肝脏来个大扫除’，看着挺有用的我就转发了。”（S2 受访者）

老年人在微信视频号中的信息分享，往往是将自己偶遇或浏览到的日常生活信息转发给他人，以求得互惠和共鸣。他们往往不对信息质量做深层次的“较真”和审核，不关心自己所获取的内容是“信息”还是“知识”，只需与自身的生活经验相吻合即可。这和王一迪的研究结论一致，即老年人在社交媒体上分享健康信息行为的意义更在于开启群体聊天的话题，引发讨论并达成一致，形成群体内部的认同[46]。老年人把家族群中的亲朋和熟人圈中的好友视为最重要的分享对象，最终是为了维系或寻求社会关系和情感联结[10]。日常生活信息，尤其是健康信息的分享成为老年群体线上交往互动的重要形式，“分享健康信息”和“分享养生观念”成为中国老年人在社交媒体互动的“中介”，这一点也正是社交媒体时代中国老年群体线上交往的本土特征[47]。

4 结论与讨论

短视频具有传播信息、讲述故事、表达情感的多重优势，拥有众多的老年用户人群。老年人观看短视频后再分享给他人的行为在视频图像时代也变得愈加频繁。对老年人而言，微信视频号因其在内容（情感生活类内容）上的相宜性和形式（微信端入口）上的便捷性优势，逐渐成为老年人分享信息的重要平台。情感是理性的延续，且决定了选择，不管是在目标定位还是能力激发方面，都是产生行为的具体体验。同时，情绪和情感不仅是个体的一种特殊心理状态，也是作为社会关系的一部分，兼具社会交往功能[48]。因此，本文基于信息—情绪—分享行为这一逻辑，以微信视频号为观察媒介，意在探究视频图像时代老年人信息分享行为背后的情绪体验和心理机制。主要研究发现如下：

首先，相比于知识获取，老年人对情绪体验，尤其是积极正向的情绪体验更为关注，社会情绪选择理论对视频图像时代老年人的信息分享行为具有较强的解释力。但该理论未能揭示出中国老年人在积极情绪体验中的本土特征。本文在此基础上，进一步发现老年人主要出于代际亲情、爱国情怀、怀旧倾向等情绪体验而转发分享蕴含积极情感类的视频内容。

其次，不同于以往的研究结论认为面对负向和消极情感，人们倾向于产生信息回避行为，本研究发现，部分老年人在面临带有消极情感体验的视频内容时，仍会选择转发分享，其行为背后体现出一种调适策略：一是面对“讨厌”“生气”“愤怒”等消极情感体验的视频时，希望在被分享群体中达到“我也一样”的情感认同和思想共鸣，以减少个体认知失调，达到情绪调节的目的；二是面对“官员腐败”“社会潜规则”“虐待老人”等负面新闻信息时，通过分享告知以及略带轻微的诉诸恐惧的方式和迂回策略，希望对家族成员起到一定的劝导或警戒作用，其出发点本质上仍是积极的，意在引领一种朴素的爱国爱家、敬业诚信、尊老孝老等中华优秀传统文化价值观。

最后，老年人还会分享情绪低唤醒度的日常生活信息内容，比如关于天气状况、美食制作、唱歌跳舞等的视频内容，不仅拓宽了其获取日常生活信息的渠道，也通过转发行为，达到了信息分享、形成讨论、增进交流、维系情感等目的。其中值得注意的是，在我国老年人秉持的“养生即健康”的文化背景下，更是把分享养生信息视为信息分享行为的重要主题，成为中国老年人在社交媒体中互动的重要中介，是社交媒体时代中国老年群体线上交往的本土特征，但这背后可能存在信息真伪难辨的问题，也是伪健康信息在老年群体中泛滥传播引起社会关切的重要缘由。

总而言之，本研究的理论意义主要体现为在心理机制和情绪体验层面深化了视频图像时代对中国老年人信息分享行为的本土研究，一定程度上是对西方社会情绪选择理论的丰富和补充。在实践层面，本研究认为可以得到的启发包括：在信息质量和信息所带来的情绪价值的平衡中，通过中枢路径和边缘路径，共同提高老年人参与数字生活的积极性；充分发挥家庭场域和正向情绪体验的作用，有效提高老年人的信息素养；充分发挥线上和线下融合的作用，在丰富老年人精神文化生活的同时，提高其精神生活的质量等。

但本文还存在如下不足：一是仅对 5 个微信家族群的观察和 16 名访谈对象的质化研究，还不足以窥见老年人信息分享行为和心理动机的全貌，未来还可以结合实验法和问卷调查等量化研究，以期得出更具普遍规律性的研究结论；二是仅对正向、负向情绪体验和低唤醒情绪进行研

究，未能对不同的情绪类型（比如恐惧、愤怒、吃惊、厌恶、幸福、伤心等）和不同程度的情感强度（高、中、低）予以区分，未来还可以在这些方面予以深入地探究。

【参考文献】

[1] 中老年人短视频使用报告：抖音是老年人社会参与新工具［EB/OL］.（2021-8-30）[2023-6-19]. http：//www. ce. cn/xwzx/gnsz/gdxw/202108/30/t20210830_36861633. shtml.

[2] 克劳锐数据监测公司. 2021微信视频号生态洞察报告［EB/OL］.（2021-12-27）[2023-6-19]. https：//new. qq. com/rain/a/20211227a01r7400.

[3] 丁松云，王勇，柯青. 情绪刺激对微博信息分享意愿的影响实证研究［J］. 现代情报，2019（3）：35-45.

[4] 武晓立. 微信用户健康信息分享行为的影响因素研究［J］. 国际新闻界，2022，44（10）：96-118.

[5] 张坤，李力. 社交媒体用户从众信息分享行为影响机理研究：三度归因理论视角［J］. 情报资料工作，2022，43（6）：58-67.

[6] 汪奋奋，邓胜利. 信息技术对健康信息行为的影响——系统综述［J］. 信息资源管理学报，2016（3）：15-24.

[7] 黄丽丽，冯雯婷，瞿向诚. 影响虚拟社群信息分享的因素：多层分析视角［J］. 国际新闻界，2014（9）：20-34.

[8] 傅平，孟薇. 大学生微信用户信息分享行为以及影响因素的研究［J］. 信息资源管理学报，2015，5（4）：105-111.

[9] 李新月，朱庆华，赵英. 老年人的微信信息分享行为研究［J］. 现代情报，2021，41（7）：74-84.

[10] Wei W, Xin Z, Peng S. Exploring health information sharing behavior of Chinese elderly adults on WeChat［J］. Healthcare，2020（3）： 207.

[11] 陈娟，甘凌博. 向信息寻求关系——基于微信的老年人健康信息分享行为研究［J］. 新闻记者，2021，463（9）：10-24.

[12]［美］乔纳森・特纳等著. 孙俊才，文军译. 情感社会学［M］. 上海：上海人民出版社，2007.

[13] 傅小兰. 情绪心理学［M］. 上海：华东师范大学出版社，2016.

[14] Forgas J P, George J M. Affective influences on judgments and behavior in organizations： An information processing perspective［J］. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 2001（3）：3-34.

[15] Berger J, Schwartz E M. What drives immediate and ongoing word of mouth?［J］. Journal of Marketing Research，2011（5）：869-880.

[16] Berger J, Milkman K L. What makes online content viral［J］. Journal of Marketing Research, 2012（2）：192-205.

[17] 丁绪武，吴忠，夏志杰. 社会媒体中情绪因素对用户转发行为影响的实证研究——以新浪微博为例［J］. 现代情报，2014，34（11）：147-155.

[18] Kissler J，Herbert C，Peyk P，et al. Buzzwords： Early cortical responses to emotional words during reading［J］. Psychological Science, 2007（6）：475-480.

[19] 周荣辅，张莲，张亚明. 微信公众平台推送信息内容对顾客品牌忠诚的影响［J］. 商业研究，2016（6）：141-147.

[20] Stieglitz S，Dang-Xuan L. Emotions and information diffusion in social media—sentiment of microblogs and sharing behavior［J］. Journal of Management Information Systems, 2014（4）：217-248.

［21］李宏，刘菲菲. 基于情绪视角的营销信息分享述评与展望［J］. 外国经济与管理，2018，40（9）：143-152.

［22］朱永泽，毛伟宾，王蕊. 负性偏向的神经机制［J］. 心理科学进展，2014，22（9）：1393-1403.

［23］刘丛，谢耘耕，万旋傲. 微博情绪与微博传播力的关系研究——基于24起公共事件相关微博的实证分析［J］. 新闻与传播研究，2015，22（9）：92-106，128.

［24］Carstensen L L, Isaacowitz D M. Taking time seriously, a theory of socioemotional selectivity［J］. American Psychologist，1999（3）：165-181.

［25］伍麟，邢小莉. 注意与记忆中的“积极效应”——“老化悖论”与社会情绪选择理论的视角［J］. 心理科学进展，2009，17（2）：362-369.

［26］邢采，蔡嘉杰，王文君，等. 未来时间洞察力与决策判断［J］. 心理研究，2013，6（3）：51-56.

［27］尹述飞，李添，胡雪. 老年人的跨期决策行为——基于社会情绪选择理论的分析［J］. 决策与信息，2018（2）：68-75.

［28］敖玲敏，吕厚超，黄希庭. 社会情绪选择理论概述［J］. 心理科学进展，2011，19（2）：217-223.

［29］周裕琼. 数字弱势群体的崛起：老年人微信采纳与使用影响因素研究［J］. 新闻与传播研究，2018，25（7）：66-86，127-128.

［30］［美］埃文. 塞德曼. 周海涛主译. 质性研究中的访谈：教育与社会科学研究者指南［M］. 重庆：重庆大学出版社，2016.

［31］潘绥铭，姚星亮，黄盈盈. 论定性调查的人数问题：是“代表性”还是“代表什么”的问题——“最大差异的信息饱和法”及其方法论意义［J］. 社会科学研究，2010，189（4）：108-115.

［32］凯西・卡麦兹. 边国英，译. 建构扎根理论：质性研究实践指南［M］. 重庆：重庆大学出版社，2006.

［33］李连友，李磊，万叶. 积极老龄化视角下老年人隔代抚养与社会参与的角色冲突及调适——基于社会角色理论的分析［J］. 行政管理改革，2021，141（5）：71-78.

［34］靳小怡，刘妍珺. 照料孙子女对老年人生活满意度的影响——基于流动老人和非流动老人的研究［J］. 东南大学学报（哲学社会科学版），2017，19（2）：119-129，148.

［35］王伟同，陈琳. 隔代抚养与中老年人生活质量［J］. 经济学动态，2019（10）：79-92.

［36］阎云翔，杨雯琦. 社会自我主义：中国式亲密关系——中国北方农村的代际亲密关系与下行式家庭主义［J］. 探索与争鸣，2017，333（7）：1，4-15.

［37］张倩. “家国情怀”的逻辑基础与价值内涵［J］. 人文杂志，2017，254（6）：68-72.

［38］刘国强. 当代传媒形塑集体记忆的方式探析［J］. 社会科学辑刊，2009（2）：70-74.

［39］刘于思. 民族主义、国家认同与数字化时代中国网民的集体记忆［J］. 全球传媒学刊，2015，2（4）：60-83.

［40］Sedikides C，Wildschut T，Gaertner L，et al. Nostalgia as enabler of self-continuity. In F. Sani （Ed. ），Self-continuity： Individual and collective perspectives［M］. New York：Psychology Press，2008.

［41］戚涛，朱妤双. 情感、认知与身份：怀旧的图式化重构［J］. 安徽大学学报（哲学社会科学版），2019，43（3）：60-70.

［42］李盛楠. 社交媒体信息流广告回避影响因素研究——负向情感反应的中介作用［J］. 未来传播，2021，28（1）：17-27.

［43］Savolainen R. Everyday life information seeking： Approaching information seeking in the context of “way of life” ［J］. Library & Information Science Research, 1995，17（3）：259-294.

［44］彭兰. 视频化生存：移动时代日常生活的媒介化［J］. 中国编辑，2020, 124（4）：34-40，53.

［45］何志武，董红兵. 短视频“下乡”与老年群体的日常生活重构——基于一个华北村庄的田野调查［J］.

新闻与传播评论，2021，74（3）：14–23.
[46]王一迪. 老年人缘何分享伪健康信息？——基于社会支持视角的研究[C]. 北京大学新闻与传播学院. 北京论坛·健康传播分论坛丨医疗、人文、媒介——“健康中国”与健康传播2020国际学术研讨会论文集. 2020.
[47]王蔚. 微信平台老年群体的健康信息行为研究[M]. 北京：海洋出版社，2021.
[48][美]戴尔·斯潘塞. 张军，周志浩，译. 情感社会学[M]. 江苏：江苏凤凰教育出版社，2015.

Information Sharing Behavior of the Elderly in the Context of Short Video Media: Based on Emotion Perspective

Wang Wei　Zhu Yuqian　Fang Luoyuan

(NingboTech University, Ningbo 315100, China)

Abstract: [**Purpose/significance**] It reveals the deep psychological motivation of the elderly when they share different emotional experience information, and deepens the local research on the information sharing behavior of the elderly in the era of video and image based on psychological mechanism and emotional experience. [**Method/process**] Through the qualitative research methods of online non-participatory observation (5 WeChat family groups) and in-depth interview (16 elderly people), this study took information-emotion-behavior as the analytical logic to summarize the emotional experience and behavioral logic of the elderly in the process of information sharing. [**Result/conclusion**] Elderly people tend to share information about positive emotion, which is reflected in the value of intergenerational affection, nostalgia and feelings of family and country. The Socialemotional selectivity theory has a certain explanatory power to their information sharing behavior. However, the challenge to this theory is that the elderly do not completely avoid the information with negative emotion, but use roundabout strategies to share emotions and express opinions in the sharing behavior, so as to alleviate individual cognitive dissonance or lead the excellent traditional Chinese cultural values. In addition, the elderly will also share low-arousal daily life information, especially the sharing of health and fitness information to become the intermediary of online communication among the elderly.

Keywords: Short video; Information sharing behavior; Elderly people; Emotion

（本文责编：王秀玲）